

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, teknologi informasi yang berkembang pesat mempengaruhi setiap orang untuk mendukung operasional bisnisnya agar mudah dikenal di seluruh dunia. Teknologi merupakan penerapan pengetahuan secara ilmiah yang bertujuan untuk memberikan kehidupan yang praktis kepada manusia. Tanpa adanya teknologi yang seperti pada saat ini maka perubahan zaman tidak akan secanggih dan secepat pada saat ini. Dengan berkembangnya media sosial pada saat ini, Semakin memudahkan bagi semua orang untuk menjalankan aktifitas dalam kehidupan sehari-hari yang sekarang ini dibuat serba online. Dengan majunya teknologi seperti saat ini kemungkinan sulit untuk dihindari dalam kehidupan sehari-hari karena pada era seperti pada saat ini hampir semua aktivitas dilakukan dengan menggunakan teknologi. Telah banyak inovasi diciptakan untuk memberi manfaat positif maupun manfaat negatif dalam kehidupan sehari-hari.

Dunia internet sudah banyak banyak dibicarakan dalam decade pada tahun 90-an yaitu dalam dimensi baru pada kehidupan manusia. Adanya internet pada kehidupan manusia sudah mengubah kebiasaan besar orang dalam melakukan komunikasi bahkan dalam melakukan aktivitas.

Pemasaran internal memegang peranan penting, terutama dalam upaya mencapai tingkat penjualan produk yang diharapkan. Sehubungan dengan hal di atas, pemasaran digital adalah salah satu cara terpenting untuk meningkatkan volume penjualan. Dengan adanya digital marketing memasarkan sebuah produk menjadi lebih mudah dan bias dijangkau dengan luas. Oleh karena banyak orang

yang memanfaatkan digital marketing untuk memasarkan produk atau jasa tersebut.

Internet adalah infrastruktur baru yang diciptakan oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Jika infrastruktur Anda berisi beberapa jaringan elektronik yang memiliki keuntungan untuk dapat bertukar informasi secara bebas.

Pemasaran internet merupakan Pemasaran dilakukan melalui sistem komputer online interaktif yang secara elektronik menghubungkan konsumen dan penjual. [1]

Internet marketing merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kinerja dan mekanisme pertukaran barang dan jasa dengan menggunakan teknologi berbasis jaringan perangkat digital.

Kegiatan pemasaran dapat mendorong konsumen untuk membeli barang dan jasa. Konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan mereka, tetapi juga oleh informasi yang diperoleh secara lokal dan di dalam perusahaan yang memproduksi barang dan jasa tersebut. Oleh karena itu, perusahaan kompetitif tidak hanya dalam produksi tetapi juga dalam pemasaran, dan arah pemasaran saat ini perlu bertindak lebih cepat di depan pelanggan potensial. Pemasaran saat ini didukung oleh teknologi yang berkembang pesat, sehingga manajer pemasaran perlu mengetahui perkembangan tersebut setiap saat.

Pemasaran adalah yang terdepan dalam bisnis. Perusahaan perlu bertahan dan sejahtera dalam persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, pemasar perlu memahami pemasaran yang paling penting di wilayah mereka dan mengembangkan strategi untuk mencapai tujuan bisnis mereka. Menurut [2].

Pemasaran adalah suatu sistem lengkap dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk perencanaan harga dan distribusi barang atau jasa.

Banyak orang yang memanfaatkan media sosial untuk pengembangan usaha. Strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial sangat tepat digunakan agar memperoleh laba lebih besar atau peningkatan pada volume penjualan. Banyak orang yang melupakan pemasaran tradisional dengan cara melakukan pemasaran modern melalui digital marketing. Digital marketing merupakan kegiatan memasarkan sebuah produk maupun jasa dengan menggunakan digital dengan tujuan untuk menarik konsumen secara lebih cepat. Dengan adanya digital marketing mencari atau membeli produk apapun jadi semakin lebih mudah. Saat ini jumlah pengguna media sosial semakin banyak, semakin bertambah peluang bagi masyarakat untuk membuka UKM.

Dengan semua yang terjadi, pemasaran digital adalah strategi yang efektif untuk menarik konsumen. Ini adalah elemen yang sangat penting dan esensial dalam dunia bisnis saat ini. Pemasaran digital sering dipercaya sebagai metode pemasaran untuk memasarkan produk dan jasa melalui media sosial. Dalam beberapa tahun terakhir, dalam menciptakan kesan yang menyenangkan dengan pendekatan kreatif baru kepada konsumen. Pesatnya perkembangan teknologi di bidang informasi telah membawa berbagai inovasi dan kreativitas bagi UKM.

Dengan perubahan perilaku masyarakat yang lebih memperhatikan media sosial, akan menjadi tantangan bagi semua UKM untuk menjual produknya secara online. Konsumen lebih bersedia menggunakan media online untuk menemukan apa yang mereka inginkan karena mereka memiliki akses yang lebih mudah ke berbagai informasi yang lebih luas daripada sebelumnya. Dengan melakukan pemasaran lewat digital marketing, pemilik UKM lebih mudah dalam

menawarkan produknya kepada konsumen. Pada dasarnya digital marketing mampu menjangkau konsumen dengan luas.

Survei yang dilakukan sepanjang 2021 dalam penggunaan internet di Indonesia mencapai 202,1 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5% dibandingkan tahun 2020. Disebabkan oleh berkembangnya zaman.

perusahaan akan mengarahkan berbagai upaya bagi pertumbuhan dan perkembangan dalam perusahaan tersebut dalam jangka yang panjang. Dalam mendapatkan laba secara optimal oleh karena itu volume penjualan harus semakin ditingkatkan. Volume penjualan yaitu sumber kehidupan bagi sebuah perusahaan, adanya volume penjualan maka perusahaan akan mengetahui naik turunnya pendapatan. Tingginya volume penjualan yang diperoleh perusahaan akan memberi keuntungan bagi perusahaan [3]

Berdasarkan perubahan volume penjualan bisnis, bisnis dapat memahami berapa banyak penjualan yang akan dilakukan bisnis di masa depan. Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya untuk membuat rencana produksi suatu perusahaan. Dan ketika anda membuat rencana keuangan, yaitu ketika anda menyiapkan anggaran untuk pengeluaran bahan baku untuk pengolahan bahan baku, dan ketika Anda memperhitungkan besarnya keuntungan yang dihasilkan bisnis anda. Dimana barang diproduksi dalam jumlah yang diharapkan. Ini juga digunakan sebagai alat untuk memantau kinerja pemasaran dan sebagai dasar anggaran dan kebijakan pemasaran bisnis anda.

Seperti halnya yang dilakukan oleh UKM untuk memasarkan hasil industri rumahan yaitu ayam geprek nyam nyam Mojosari. Makanan ayam geprek merupakan makanan khas Indonesia yang disajikan dengan sambal bajak pedas. Kita bisa menikmati makanan pedas ini di kota-kota besar Indonesia.

Belum banyak yang mengetahui bahwa makanan ayam geprek merupakan makanan yang berasal dari kota Yogyakarta. Industri rumahan ayam geprek nyam nyam Mojosari ini merupakan salah satu industri rumahan yang bergerak dibidang kuliner yang berada di Kauman Gang 5 Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto. Awal mula usaha ini berdiri pada tahun 2019. Pada saat itu pesanan ayam geprek nyam nyam Mojosari hanya dari kerabat dekat dan teman saja. Masalah yang timbul yaitu bagaimana cara menetapkan strategi pemasaran yang tepat supaya produk ini dapat dikenal oleh masyarakat luas dan diterima oleh masyarakat. Dengan berjalannya waktu akhirnya pemilik usaha ayam geprek nyam nyam Mojosari memilih memasarkan produknya melalui media sosial seperti IG (Instagram), FB (Facebook) dan WA (Whatsapp).

Ada beberapa faktor yang memberi pengaruh terhadap volume penjualan [4] yaitu Harga. Pada teori ekonomi, yang dimaksud utility dan nilai yaitu konsep-konsep yang saling berhubungan. Utility yaitu atribut yang melekat di suatu barang. Kemungkinan barang itu bisa memenuhi keinginan, kebutuhan serta kepuasan konsumen [5]. Harga sangat penting karena menentukan keuntungan dan kehidupan bisnis Anda. Harga mempengaruhi adaptasi strategi pemasaran yang disetujui. Elastisitas harga produk juga mempengaruhi permintaan dan penjualan. Harga diukur dengan tingkat harga, harga produk yang kompetitif, diskon, periode pembayaran, dan variasi sistem pembayaran.[2].

Harga juga bisa kita sebut sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen saat mengambil keputusan pembelian. Harga merupakan sejumlah uang yang telah diberikan konsumen maupun pelanggan agar bisa mendapatkan keuntungan dalam menggunakan suatu produk dan jasa tersebut.

Perusahaan yang menjual barang dan jasa dengan sukses harus terlebih dahulu menentukan harga yang salah. Hal ini membuat pembeli kurang tertarik untuk membeli produk dan jasa tersebut. Harga merupakan salah satu bagian terpenting dalam proses jual beli, karena merupakan alat tukar dalam bertransaksi. Harga adalah satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang fleksibel dan selalu berubah. Harga juga merupakan salah satu faktor persaingan dalam pemasaran produk.

Harga merupakan nilai tukar suatu barang biasanya disamakan dengan uang yang memberi manfaat agar memperoleh barang merupakan pengertian dari Harga. Kata harga biasanya digunakan dalam bentuk nominal [6]

Penetapan harga adalah kebijakan pemasaran yang secara langsung mempengaruhi pendapatan, karena penetapan harga perusahaan adalah sesuatu yang perlu dipertimbangkan. Harga juga lebih penting karena merupakan dasar bagi konsumen untuk membeli barang. Sebenarnya, harga adalah jumlah yang dibebankan pada produk.

Penjualan merupakan kegiatan untuk menyampaikan kebutuhan seseorang yang menghasilkan suatu barang yang diperlukan dan memberi manfaat bagi mereka dengan imbalan harga yang sudah ditentukan dengan kesepakatan bersama. Menurut [2] Penjualan adalah suatu transaksi penjualan atau pengalihan kepemilikan komersial atas barang dan jasa pada prinsipnya melibatkan dua pihak, adalah penjual dan pembeli. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan oleh suatu bisnis, maka semakin besar pula keuntungan yang akan dihasilkan oleh bisnis tersebut. Oleh karena itu, penjualan harus dinilai oleh perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Bisnis membutuhkan penjualan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Oleh

karena itu, tujuan utama usaha ayam geprek nyam nyam Mojosari adalah volume penjualan.

Karena volume penjualan merupakan sejumlah barang yang dibeli oleh konsumen selama waktu atau periode tertentu, ukuran kuantitas barang sangat tergantung pada pembelian konsumen selama periode tersebut. [2] Besar kecilnya volume penjualan perusahaan mau tidak mau akan mengalami pasang surut dalam hal penjualan dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, dalam pelaksanaannya harus ada arahan dari departemen-departemen perusahaan. Dimensi volume penjualan dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu usaha dalam menjual produknya. Secara umum, salah satu tujuan utama bisnis untuk mencapai volume penjualan adalah untuk mendapatkan keuntungan dan mendukung pertumbuhan bisnis. Tujuan ini berkaitan dengan pencapaian volume penjualan tertentu, sehingga bisnis akan menghasilkan keuntungan dalam jumlah tertentu yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis.

Penjualan adalah kegiatan pemasaran, dan penjualan adalah tindakan memberikan konsumen kepemilikan bisnis melalui proses pertukaran. Dalam prosesnya, perusahaan mengeluarkan berbagai produk yang ingin dibeli konsumen. Ini disebut volume penjualan. Dengan kata lain, penjualan adalah jumlah barang yang telah dibeli konsumen dalam jangka waktu atau periode tertentu, sehingga penjualan sangat tergantung pada pembelian konsumen terhadap barang tersebut. Digunakan selama periode yang relevan.[2]

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Digital Marketing dan Harga Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan Ayam Geprek Nyam Nyam Mojosari" .

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang diatas maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Digital Marketing secara parsial terhadap volume penjualan ayam geprek nyam nyam Mojosari?
2. Apakah terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap volume penjualan ayam geprek nyam nyam Mojosari?
3. Apakah pengaruh Digital Marketing dan harga secara simultan terhadap volume penjualan ayam geprek nyam nyam Mojosari?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Digital Marketing secara parsial terhadap volume penjualan ayam geprek nyam nyam Mojosari
2. Untuk mengetahui Apakah terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap volume penjualan ayam geprek nyam nyam Mojosari
3. Untuk mengetahui pengaruh Digital Marketing dan Harga secara simultan terhadap Volume penjualan ayam geprek nyam nyam Mojosari

D. Manfaat penelitian

Berikut manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi universitas, diharapkan hasil penelitian dapat menjadi dokumen penting bagi universitas sebagai sumber referensi.
2. Bagi industri rumahan ayam geprek nyam nyam Mojosari, diharapkan bermanfaat untuk langkah mengambil strategi pemasaran dan meningkatkan omzet penjualan.

3. Bagi penulis, dapat menjadi ilmu dan bekal dikemudian hari ingin menekuni bidang pemasaran, serta guna untuk menambah wawasan yang lebih luas.